

Wer Entscheider überzeugen will,
muss Qualität bieten.

TV-Sponsoring 2017
„Das Wetter vor acht“

Sponsoring im Ersten

Wetter-Sponsoring im Ersten

Einfach besonders.

Imagetransfer vom Format zur Marke – keine andere Wettersendung in Deutschland eignet sich dafür so gut wie „Das Wetter vor acht“. Der glaubhafte Sender und das hochwertige Programmumfeld machen das Premiumformat „Das Wetter vor acht“ zur ersten Adresse für den Aufbau und die Stärkung einer Marke im deutschen Markt.

Mit einem Sponsoring von „Das Wetter vor acht“ punkten Sie besonders in der attraktiven Zielgruppe der Entscheider.



Die Entscheider

Eine besondere Zielgruppe.

Zur Zielgruppe der Entscheider zählen Selbständige, Beamte, hochqualifizierte Angestellte. Doch diese sind nicht nur im beruflichen Kontext interessant.

Gerade im Privaten zeichnet sich diese kaufkräftige Gruppe durch gehobenen Konsum aus.

Wenn Entscheider fernsehen, dann ist Das Erste mit seinem qualitativ hochwertigen Angebot wie der „Tagesschau“ Pflichtprogramm.



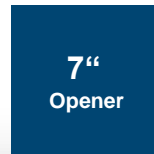
Das Wetter vor acht

Eine besondere Platzierung

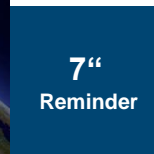
Die hochkarätige Mannschaft um Claudia Kleinert und Sven Plöger bildet das erfahrene Wetter-Kompetenzteam im Ersten. Charmant und fachkundig werden seit 1994 zuverlässige Prognosen geliefert. Im absoluten Premiumumfeld am Vorabend platziert, leitet die Sendung auf das reichweitenstärkste Nachrichtenformat Deutschlands hin: Die Tagesschau.



19:45 Uhr
Wissen vor acht



19:50 Uhr*



19:55 Uhr



20:00 Uhr

* An Samstagen mit Fussball-Bundesliga wird das Wetter um 17:47 Uhr ausgestrahlt.

Die Qualitätsmerkmale

Ihre Vorteile im Überblick.

- Eines der wenigen Premiumformate in der deutschen TV-Landschaft
- Qualitätsführerschaft dank hochwertiger Zeitschiene
- Hohe Qualitätswahrnehmung durch kompetente Moderatoren
- Große Reichweite in der Entscheider-Zielgruppe
- Positiver Imagetransfer durch Nähe zur Tagesschau und Sportschau



Rahmenbedingungen Sponsoring im Ersten

- Die Sponsortrailer (Intro und Outro) haben eine Sendelänge von jeweils 7 Sekunden
- Die jeweiligen Produkte bedürfen im Einzelfall der Zustimmung der WDR mediagroup GmbH
- Es ist sicherzustellen, dass sich der Sponsortrailer von einem Werbespot hinreichend unterscheiden lässt (keine direkte Verwendung von klassischem Werbespotmaterial möglich).
- Werbliche Anpreisungen, Produktbeschreibungen sowie die Darstellung von Genuss- und Verzehrscenen sind im Rahmen des Sponsortrailers grundsätzlich nicht zulässig. Produkte können ausschließlich im Anschnitt und als Einzelprodukt (kein Produktportfolio) dargestellt werden.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der WDR mediagroup GmbH für das Sponsoring, sowie die Regeln für die Praxis zur Gestaltung von Sponsorhinweisen gemäß Ziffer 10 der ARD-Werberichtlinien und Ziffer 10 der ZDF-Richtlinien für Werbung und Sponsoring sowie die Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes (HWG).

Anmerkungen zu den Angeboten

Das jeweilige Angebot gilt vorbehaltlich der Zustimmung zum Sponsor durch die Programmverantwortlichen. Da es sich um eine Live-Sendung handelt, sind Abweichungen, z.B. in der angegebenen Sekundenlänge, möglich. Programmbedingt kann sich die angegebene Anzahl der Ausstrahlungen ändern. Die Angaben der Sendetage und Sendezeiten dienen zunächst als Richtwert.

Kontakt

Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen.
Rufen Sie uns einfach an schreiben Sie uns eine Mail:

Frank Becker
Verkaufsleitung National
Fon: 0221 2035- 1963
E-Mail: frank.becker@wdr-mediagroup.com

Malek Ait-Djoudi
Produktmanager TV & Sponsoring
Fon: 0221 2035-1973
E-Mail: malek.ait-djoudi@wdr-mediagroup.com